

de cuisine, entre janvier et septembre, a baissé de 0,66 p.100 pour atteindre 637,2 millions de dollars. Bien que le marché canadien du logement ait été faible, les fabricants canadiens d'armoires de cuisine ont gagné une plus grande part du marché intérieur au détriment des importations provenant des États-Unis. Les importations d'armoires de cuisine, qui représentaient 4,1 p.100 du marché intérieur apparent en 1997, sont tombées à 2,9 p.100 durant les neuf premiers mois de l'année. La baisse importante de la valeur du dollar canadien est une des principales raisons de ce changement en ce qui concerne les importations.

Commerce international

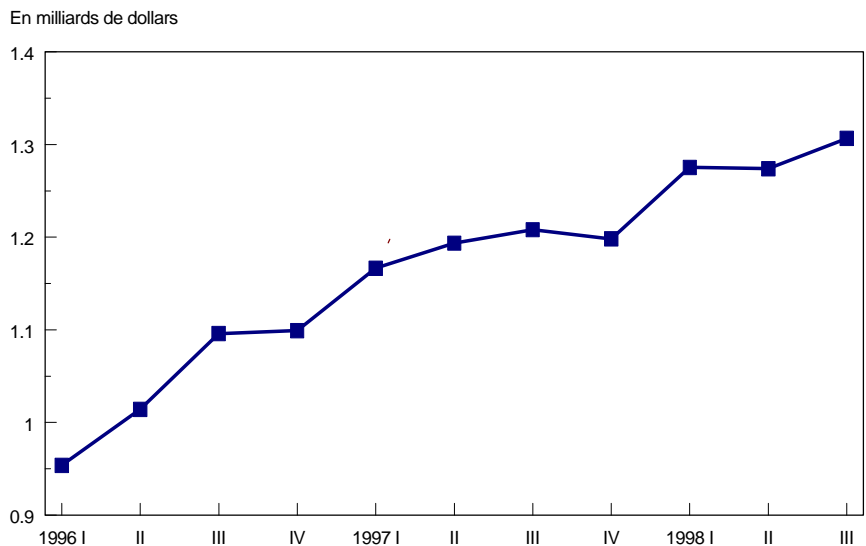
Les exportations d'armoires de cuisine durant les neuf premiers mois de l'année se sont intensifiées pour atteindre 344,9 millions de dollars, soit une hausse de 23,5 p.100 par rapport aux 279,6 millions de dollars enregistrés au cours de la même période en 1997. Les exportations du troisième trimestre ont atteint 120,8 millions de dollars et ont augmenté de 22,2 p.100 par rapport au troisième trimestre de 1997. Durant les neuf premiers mois de l'année, les exportations ont représenté 35,8 p.100 de la production de l'industrie canadienne d'armoires de cuisine.

Exportations aux États-Unis

Les exportations d'armoires de cuisine à destination des États-Unis ont continué d'être fortes au cours du troisième trimestre. Les exportations entre juillet et septembre se sont élevées à 119 millions de dollars, soit une hausse de 22,5 p.100, en comparaison avec les 97,2 millions de dollars enregistrés au cours de la même période en 1997. Alors que les exportations du deuxième et troisième trimestre aux

Expéditions canadiennes d'armoires de cuisine 1996-1998 (3e trimestre)

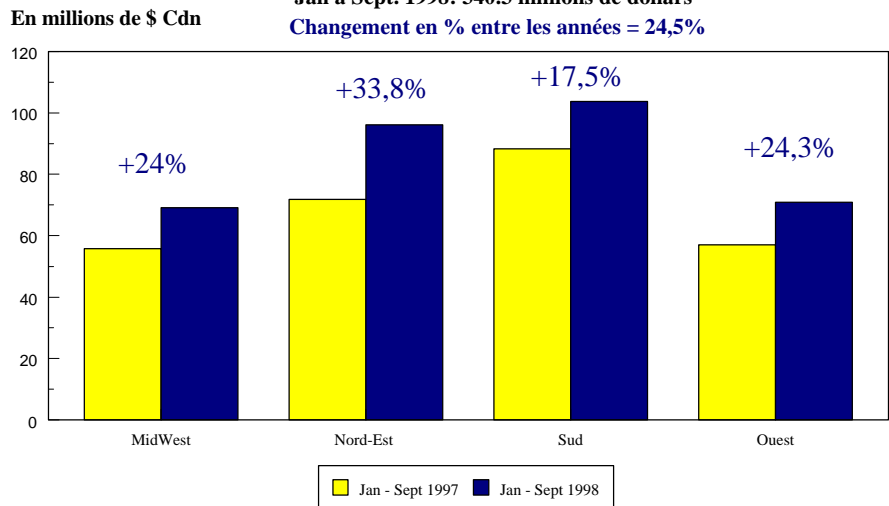
Désaisonnalisées et annualisées



Source: Industrie Canada selon les données de Statistiques Canada 1998

Exportations d'armoires de cuisine aux États-Unis Comparaison de Jan-Sept entre 1997 et 1998 par région

Jan à Sept. 1997: 273.3 millions de dollars
Jan à Sept. 1998: 340.3 millions de dollars
Changement en % entre les années = 24,5%



Source: Statistiques Canada

CETTE ÉTUDE EST AUSSI DISPONIBLE SUR INTERNET
 Notre adresse Internet : <http://strategis.ic.gc.ca/indfore>
STRATEGIS
 Industries forestières et matériaux de construction
Prenez-en note !

États-Unis ont battu des records, la croissance des exportations de cette année a été particulièrement forte et régulière. Durant les neuf premiers mois de l'année, les exportations canadiennes d'armoires de cuisine ont augmenté de 22,5 p.100 pour atteindre 340,3 millions de dollars. En comparaison, les exportations pour la même période en 1997 se sont élevés à 273,3 millions de dollars. Le succès des exportations canadiennes vers les États-Unis est attribué à une combinaison de plusieurs facteurs, dont le plus important a été la forte et longue période de prospérité dans le domaine de la construction de logements.

Par région, le Sud des États-Unis est le plus grand marché d'exportation pour les fabricants canadiens d'armoires de cuisine. Durant les neuf premiers mois de l'année, les exportations vers les États du Sud se sont élevés à 103,8 millions de dollars, soit une augmentation de 17,5 p.100 par rapport aux exportations de 88,3 millions de dollars enregistrées au cours de la même période en 1997. Les exportations du troisième trimestre ont été particulièrement fortes avec des augmentations de l'ordre de 24,2 p.100 pour atteindre 36,9 millions de dollars. Cette région qui détient 46 p.100 des mises en chantier, représente 31 p.100 des exportations canadiennes d'armoires de cuisine. La Floride, par elle-même, est le plus grand marché parmi les États du Sud avec des exportations de 32,2 millions de dollars depuis le début de l'année.

Les exportations vers le Nord-Est des États-Unis ont connu le plus rapide taux de croissance aussi bien au cours du troisième trimestre que pour les neuf premiers mois de l'année. De janvier à septembre, les exportations vers les États du Nord-Est se sont élevées à 96,1 millions de dollars, une hausse de 33,8 p.100, par rapport aux 55,8 millions de dollars enregistrés en 1997. Les exportations du troisième trimestre vers cette région ont augmenté de 29 p.100 pour atteindre 33,7 millions de dollars. L'État de New York, avec des exportations de l'ordre de 34,8 millions de dollars durant les neuf premiers mois de l'année, est le plus grand importateur d'armoires de

5 principaux marchés américains pour l'industrie des armoires de cuisine en 1998

En milliers de dollars canadiens

Classement		Exportations de Jan. à Sept	Chgt. en % d'une année à l'autre	Part du marché
	É-U	340 292 \$	24%	100%
1	New York	34 819 \$	53%	10%
2	Floride	32 204 \$	40%	9%
3	Californie	29 317 \$	17%	9%
4	Illinois	24 522 \$	50%	7%
5	Georgie	19 922 \$	30%	6%

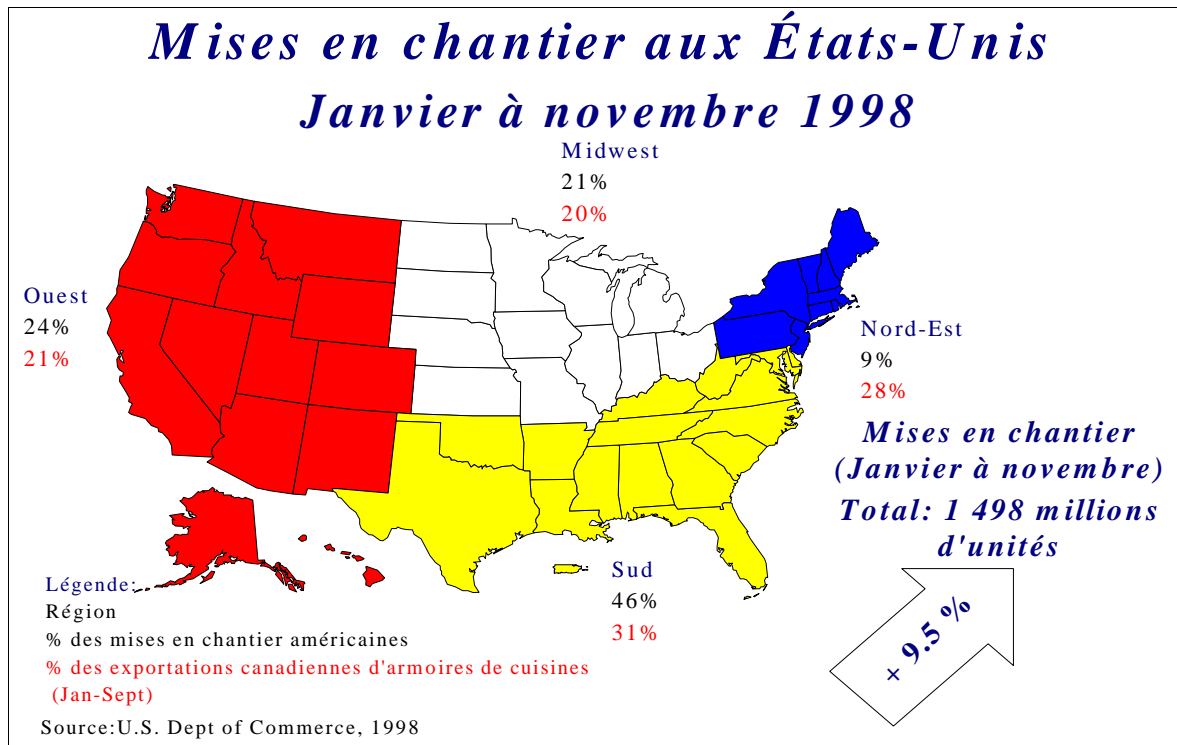
Source: Industrie Canada selon les données de Statistiques Canada

cuisine canadiennes. Les exportations vers le Midwest ont augmenté de 24 p.100 au cours des neuf premiers mois de l'année. Un troisième trimestre fort, où les exportations ont augmenté de 22 p.100 pour atteindre 22,7 millions de dollars, a entraîné les exportations à culminer à plus de 69,2 millions de dollars durant la période de janvier à septembre. En comparaison, les exportations vers le Midwest étaient de 55,8 millions de dollars pour la même période en 1997.

Les exportations canadiennes d'armoires de cuisine vers les États de la côte Ouest américaine ont augmenté de 24,3 p.100 pour atteindre 70,9 millions de dollars durant les neuf premiers mois de l'année. Les exportations vers cette région auraient pu être plus élevées si un ralentissement ne s'était pas produit en septembre. Les exportations du troisième trimestre qui représentent une valeur de 25,6 millions de dollars ont augmenté de 13,4 p.100 en comparaison avec la croissance de 40 et 24 p.100, du premier et deuxième trimestre respectivement.

Commerce d'outre-mer

Les exportations vers des marchés d'outre mer se sont élevées à 4,6 millions de dollars durant la période de janvier à septembre, soit une baisse de 27 p.100 par rapport aux 6,3 millions de dollars enregistrés en 1997. Une faible demande des principaux marchés asiatiques, particulièrement celui du Japon, a continué de ralentir les exportations outre-mer. Les exportations vers le Japon, qui continue d'être le deuxième plus grand marché d'exportation pour l'industrie canadienne, ont baissé de 61 p.100, pour seulement atteindre 1,3 millions de dollars durant les neuf premiers mois de l'année. Ce chiffre représente moins de la moitié de la valeur des exportations d'armoires de cuisine au Japon durant les neuf premiers mois de 1997 qui s'étaient élevées à 3,4 millions de dollars. Malgré la faible demande des marchés japonais, les exportations vers d'autres marchés internationaux ont montré quelques signes de redressement. Les exportations au cours des neuf premiers mois se sont élevées à 3,2 millions de dollars, soit une hausse de 13,8 p.100. Environ la moitié de ces exportations ont été enregistrées au cours du troisième trimestre, lorsque les exportations se sont élevées à 1,4 millions de dollars, soit une hausse de 60,3 p.100 par rapport à



l'année précédente. Cette courbe de croissance irrégulière semblerait indiquer des commandes spéciales uniques d'armoires de cuisine canadiennes. Les exportations vers tous les marchés d'outre mer représentent seulement 1,4 p.100 du total des exportations.

Importations

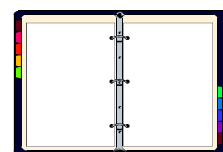
Les importations d'armoires de cuisine au Canada au cours des neuf premiers mois de l'année, principalement en provenance des États-Unis, sont élevés à 18,8 millions de dollars, ce qui représente une baisse de 27,9 p.100 par rapport aux 26 millions de dollars enregistrés durant la même période en 1997. La majeure partie des baisses s'est produite au cours du troisième trimestre, lorsque les importations ont chuté de 46,8 p.100 pour atteindre 6,2 millions de dollars. Les activités du dollar canadien en juillet et août ont augmenté les prix des armoires de cuisine importées qui en conséquence sont devenues plus onéreuses pour les consommateurs canadiens. L'Ohio a été la plus grande source des importations, avec 5,4 mil-

lions de dollars entre janvier et septembre. La Thaïlande est toujours le plus grand pays exportateur d'outre mer d'armoires de cuisine, avec une valeur de 1,8 millions de dollars destinés au marché canadien. L'Ontario représente 61 p.100 des importations d'armoires de cuisine, suivie par la Colombie-Britannique avec 21 p.100.

Nouvelle édition du répertoire des exportateurs de matériaux de construction à valeur ajoutée

Une nouvelle édition du répertoire canadien des exportateurs de matériaux de construction à valeur ajoutée est en cours. Le répertoire, efficace en terme de coûts et dont le but est de promouvoir l'industrie canadienne des portes et fenêtres, des armoires de cuisine, les revêtements de sol en bois dur et les moulures est un effort de collaboration entre [l'Association canadienne des fabricants de portes et fenêtres](#), [l'Association canadienne des](#)

[fabricants d'armoires de cuisine](#) et [l'Association canadienne de l'industrie du bois](#). C'est une publication d'excellente qualité sur papier lustré avec des photographies tout en couleur mettant en valeur l'information des entreprises de l'industrie. Dix mille copies seront publiées et distribuées par Industrie Canada aux ambassades canadiennes et aux missions commerciales à travers le monde entier. Ils seront également disponibles aux foires expositions internationales auxquelles le gouvernement fédéral participe. De plus, chaque entreprise inscrite dans le répertoire sera mise en valeur sur le site Web « [Canadabuild](http://canadabuild.com) » (<http://canadabuild.com>). La date-limite de participation est le 15 mars 1999. Si vous êtes intéressés à promouvoir les produits de votre entreprise sur les marchés internationaux, veuillez communiquer avec France Roy de [l'ACFPF](#) au (613) 233-9804.



Analyse de la construction et du logement

Construction au Canada



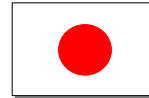
L'économie canadienne a augmenté à un taux annualisé de 1,8 p.100 au cours du troisième trimestre, ce qui représente une baisse de 3,1 p.100 par rapport au premier trimestre, mais une hausse de croissance de 1,4 p.100 par rapport au deuxième trimestre. Bien que la situation économique se soit légèrement améliorée, les conflits de travail et la faible demande intérieure ont continué de freiner l'économie. Les mises en chantier ont continué d'être faibles au cours du troisième trimestre, pour atteindre un montant de 131 300 unités sur un taux annuel désaisonnalisé, soit une baisse de 11,5 p.100 par rapport à la même période en 1997. Les mises en chantier en Colombie-Britannique et au Québec ont particulièrement chuté, avec des baisses de l'ordre de 32 et 22,5 p.100 respectivement. L'Ontario, qui représente environ 38 p.100 de toutes les mises en chantier au Canada, a connu des baisses de l'ordre de 11,7 p.100 avec seulement 48 300 mises en chantier (sur un taux annuel désaisonnalisé). Les prairies, favorisées par les marchés stables de la construction en Alberta, ont continué de dépasser le reste du Canada avec des augmentations de 17,4 p.100, soit 32 400 unités (sur un taux annuel désaisonnalisé). À Calgary, les permis de construire ont augmenté de 21 p.100 au cours des 11 premiers mois de l'année. On s'attend à ce que le total des mises en chantier pour 1998 atteigne environ 137 000 unités. Dans l'enquête récemment publiée par Statistiques Canada sur les dépenses des propriétaires immobiliers pour les réparations et les rénovations, on a constaté que les dépenses de rénovation et de réparation ont augmenté de 7,3 p.100 pour atteindre 12,8 milliards de dollars en 1997. La dépense moyenne par ménage s'est élevée à 1 712 dollars et de ce montant 38 p.100 sont allés aux achats de matériaux de construction.

Construction aux États-Unis

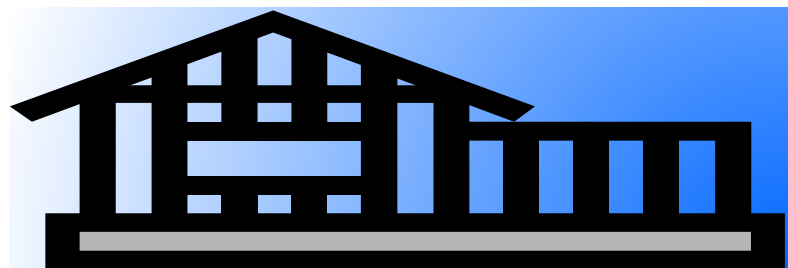


Vers la fin de l'été et au début de l'automne, des rumeurs publiques provenant de nombreux marchés mondiaux, concernant la baisse des marchés boursiers américains et annonçant des nouvelles économiques défavorables, ont donné l'impression que l'économie des États-Unis s'affaiblissait. Heureusement, la réalité n'était pas si morne. Le produit intérieur brut des États-Unis de juillet à septembre a augmenté à un taux annualisé très confortable de 3,9 p.100. Cette croissance s'est propagée dans le secteur de la construction qui a continué d'afficher d'excellents résultats en ce qui concerne les mises en chantier dans toutes les régions. Les mises en chantier ont augmenté de 9,5 p.100 durant les 11 premiers mois de 1998, pour atteindre environ 1 498 millions d'unités. Ce chiffre surpasse les 1 474 millions d'unités enregistrées en 1997. Le Sud des États-Unis a été en tête de toutes les régions avec 688 400 mises en chantier, ce qui représente une hausse de 11,1 p.100 par rapport aux niveaux enregistrés en 1997 et 46 p.100 du total de toutes les mises en chantier aux États-Unis. Les régions du Nord-Est, du Midwest et de l'Ouest ont connu des augmentations de mises en chantier de l'ordre de 9, 20, et 25 p.100 respectivement. La baisse récente des taux d'intérêt annoncée par la « Federal Reserve » devrait avoir un effet positif sur la construction en 1999.

Construction au Japon



La situation économique au Japon est allée de mal en pis. En octobre, l'économie s'est encore resserrée pour le quatrième trimestre consécutif. La situation économique est si alarmante que le gouvernement japonais prépare des mesures de stimulation budgétaire qui pourraient atteindre une valeur de 24 trillions de Yens. Une faible confiance de la part des consommateurs et une situation d'incertitude au sujet de l'emploi ont occasionné une baisse des dépenses des consommateurs. Les perspectives peu brillantes de l'économie japonaise ont eu des répercussions sur le secteur de la construction. Les mises en chantier durant les 11 premiers mois de l'année se sont élevées à 1,098 millions d'unités, soit une baisse de 14 p.100 par rapport aux niveaux enregistrés en 1997. Ceci représente une baisse de 176 600 mises en chantier par rapport à l'année précédente. Les données du ministère japonais de la construction indiquent que le nombre de mises en chantier de maisons préfabriquées et de maisons en 2X4 étaient en baisse de 8,7 et 10,7 p.100 respectivement par rapport à leurs niveaux enregistrés en 1997. Dans un récent article du Toronto Star qui pourrait intéresser les fabricants, on a mentionné que les maisons préfabriquées en 2X4 par une entreprise canadienne, construites au Japon, sont 66 dollars moins chères au pied carré que les maisons préfabriquées japonaises à charpente d'acier.



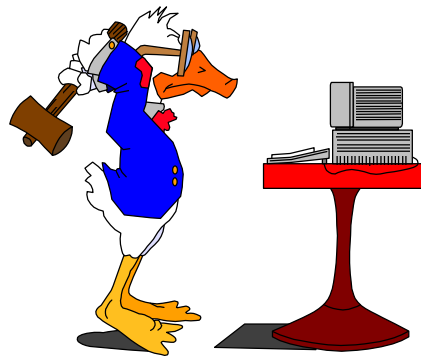
ÉDITION SPÉCIALE

L'industrie des matériaux de construction et l'an 2000 Êtes-vous prêts ?

L'industrie canadienne des matériaux de construction a connu une forte croissance ces dernières années. Pour assurer le maintien de cette tendance, l'industrie des matériaux de construction doit être sûre qu'elle est prête à relever le défi du bogue du millénaire qui surviendra dans quelques mois. Le 1^{er} janvier 2000, le problème du millénaire pourra affecter n'importe quel ordinateur et logiciel utilisé dans les affaires, telles que les logiciels intégrés de comptabilité et les systèmes de technologie de l'information. La bogue du millénaire peut également affecter n'importe quel genre de systèmes dont le fonctionnement est basé sur les données tels que ceux qui utilisent une technologie intégrée pour la production, l'entretien, les opérations et les télécommunications. Les effets de la bogue du millénaire peuvent survenir avant l'an 2000. D'une façon ou d'une autre, des erreurs coûteuses ou des pannes d'ordinateurs surviendront si aucune mesure n'est prise.

Être prêt pour le défi de l'an 2000 s'adresse aussi bien aux fabricants locaux ou internationaux de matériaux de construction, qu'aux fournisseurs, détaillants et consommateurs. Si l'industrie peut adresser le problème de l'année 2000, le défi de la bogue du millénaire pourrait devenir un avantage concurrentiel pour l'industrie canadienne des

matériaux de construction sur les marchés mondiaux. Corriger le problème de l'an 2000 est maintenant une question d'importance cruciale et une priorité nationale.



Pour obtenir plus d'information sur le défi de l'an 2000:

Composez le numéro sans frais:
1-800-270-8220

(De 8 h 00 à 20 h 00 du lundi au vendredi, heure de l'Est)

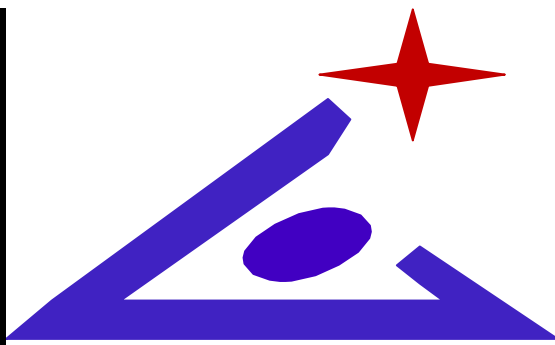
ou visitez [SOS2000](http://strategis.ic.gc.ca/sos2000) à l'adresse suivante:
<http://strategis.ic.gc.ca/sos2000>

Le numéro sans frais à l'intention des personnes ayant des difficultés d'audition est le:
1-800-465-7735.

Ajouter de la valeur à l'industrie canadienne des matériaux de construction

Industrie Canada, en partenariat avec le Service canadien des forêts, a entrepris des consultations avec des entreprises et des associations de l'industrie pour développer une stratégie d'action afin de contribuer à la croissance future et au développement de cet important secteur. Ces consultations font partie d'une initiative du gouvernement fédérale destinée à promouvoir le secteur forestier des matériaux de construction à valeur ajoutée. À cette fin, Industrie Canada a publié un document de consultation qui expose un diagnostic objectif du marché, les tendances, les défis et des opportunités actuels qui influencent les performances et les perspectives futures de croissance de l'industrie canadienne des matériaux de construction en bois à valeur ajoutée.

Le document de consultation a été conçu pour résumer les initiatives précédentes et actuelles du gouvernement fédéral et faciliter le dialogue avec l'industrie. Pour obtenir une copie du document, veuillez communiquer avec [Brian Eyford](mailto:brian.eyford@ic.gc.ca) (613) 954-3505. La participation de l'industrie au processus de consultation assurera que les besoins de l'industrie sont satisfaits.



Secteur de l'industrie
Direction générale des
industries forestières et
des matériaux de
construction

Industry Sector
Forest Industries &
Building Products Branch

Vos commentaires sur nos bulletins trimestriels nous aiderons énormément

Industrie Canada publie tous les trimestres un bulletin d'information sur l'industrie des **maisons préfabriquées**, des **armoires de cuisine** et des **fenêtres et portes**. Nous faisons actuellement **une enquête** pour améliorer le contenu de nos bulletins trimestriels d'information. Vous n'êtes pas obligés de remplir ce questionnaire, mais votre réponse sera précieuse et nous aidera beaucoup à améliorer nos bulletins. Vos commentaires sont **importants!** Vous pouvez retourner ce questionnaire soit par télécopieur au **(613) 952-8384** ou en le remplissant électroniquement sur notre site Internet à l'adresse suivante : <http://www.strategis.ic.ca/indfore>

Questions relatives aux bulletins d'information...

Je reçois actuellement le bulletin d'information sur: Les maisons préfabriquées__ Les armoires de cuisine__ Les portes et les fenêtres__

Désirez-vous continuer de recevoir votre bulletin? Oui__ Non__

Comment jugez-vous la qualité de nos bulletins? Pauvre__ Acceptable__ Bonne__ Excellente__

Trouvez-vous que nos bulletins contribuent à votre planification stratégique? Oui__ Non__

Veillez expliquer S.V.P.: _____

Quelles données ou sujets vous intéressent le plus?

Exportations__ Expéditions__ Section sur la construction__ Nouvelles de l'industrie__ Édition spéciale__

Quelles sections pourraient être améliorées?

Exportations__ Expéditions__ Section sur la construction__ Nouvelles de l'industrie__ Édition spéciale__

Aimeriez-vous obtenir d'autres informations dans nos bulletins? Telles que :

Prévisions économiques__ Plus d'information sur le commerce__ Tendances des prix__ Adresses Internet utiles__

Autres__ (Veillez spécifier)_____

Avez-vous des suggestions ou des commentaires qui nous seront utiles pour améliorer la qualité de nos bulletins? Laissez le nous savoir!

Accès à Internet

Avez-vous une adresse courriel? Oui__ Non__

Utilisez-vous l'Internet? Oui__ Non__

Si oui, Comment accédez-vous à l'Internet? Réseau local__ Modem 56,6 K__ 28,8 K__ 14,4 K__ Je ne sais pas__

Avez-vous téléchargé le lecteur Adobe Acrobat pour lire des fichiers en format Adobe *.PD? Oui__ Non__

Est-ce que votre entreprise ou votre organisme a un site sur Internet? Oui__ Non__

Voulez-vous qu'Industrie Canada vous fournisse un lien entre votre site Web et Strategis à partir de ce dernier?

Si oui, quelle est l'adresse de votre site Web? _____

Lisez-vous nos bulletins à partir de notre site Web Strategis (<http://strategis.ic.gc.ca/indfore>)? Oui__ Non__

Est-ce que votre entreprise est inscrite sur le site Web Canadabuild (<http://www.canadabuild.com>)? Oui__ Non__

Les entreprises intéressées peuvent s'inscrire directement sur le site de Canadabuild.

Nom: _____ Nom de l'entreprise: _____

Adresse courriel: _____ Télécopieur: _____

Nous vous remercions de votre collaboration!

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à communiquer avec:

Murray Hardie Tél.: (613)954-3037 ou par courriel: hardie.murray@ic.gc.ca

Patrick Hum Tél.: (613) 954-3048 ou par courriel: hum.patrick@ic.gc.ca

Direction générale des industries forestières et des matériaux de construction

Industrie Canada - Ottawa

ENVOYEZ-NOUS VOS RÉPONSES PAR TÉLÉCOPIEUR AUJOURD'HUI (613) 952-8384